

<<电子商务教育理论与应用新进展>>

图书基本信息

书名：<<电子商务教育理论与应用新进展>>

13位ISBN编号：9787565000300

10位ISBN编号：7565000302

出版时间：2009-8

出版时间：刘业政、等 合肥工业大学出版社 (2009-08出版)

作者：刘业政

页数：279

版权说明：本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问：<http://www.tushu007.com>

<<电子商务教育理论与应用新进展>>

内容概要

《电子商务教育理论与应用新进展：第八届全国高校电子商务教育与学术研讨大会论文集》收录了全国高校电子商务专业建设工作会议暨全国高校电子商务教育与学术研究大会上的学术论文65篇。其内容涉及电子商务人才培养、电子商务学术研究和电子商务应用与实践等多个领域，反映了近年来国内教育界的专家学者在电子商务及其相关领域的最新研究成果和应用情况。具体内容包括《模糊聚类在电子商务信任评价中的应用》《基于在线消费者行为的电子商务营销研究》《中国式的移动营销变革》《电子商务本科专业实验体系的建立》《教育服务网站及运营模式设计》等。

书籍目录

第一部分 电子商务技术与应用Web Application Layer Security Research模糊聚类在电子商务信任评价中的应用Integration Research on SCM and M-commerceJAVE编程教育与电子商务系统开发浅谈On the Reason for the Innovation of Business Model and the Mechanism of Transformation阿里巴巴对中国电子商务的负面影响鄂州市电子商务应用的现状及对策研究基于开源的电子商务平台的分析与比较川西南茉莉花网络营销方案设计基于RIA的网络银行系统研究与设计基于在线消费者行为的电子商务营销研究基于柠檬理论的C2C电子商务信任机制研究旅游电子商务的服务创新模型研究手机产品网上网下交易价格比较分析C2C中卖方特征的信任影响因素的实证研究第二部分 电子商务理论与前沿梅特卡夫法则的修正次贷危机下外贸中小企业的电子商务应用研究金融危机下对我国电子商务企业发展的研究电子货币法律制度研究商务生态系统视角下中国电子商务生态系统浅析中小电子商务企业互联网接入方案分析研究中国式的移动营销变革第三方支付资金沉淀问题的法律分析企业知识价值链增值模型的特征探讨我国政府采购网站建设的现状和对策引导因特网客户参与产品开发策略架构研究第三部分 电子商务教育与教学研究独立学院电子商务专业人才培养问题研究电子商务本科专业实验体系的建立《电子商务概论》课程改革探讨电子商务教学中的学生课外活动电子商务双语教学实践探讨电子商务专业管理类课程体系的设置研究跨学科复合型电子商务技术应用型人才培养方案探讨电子商务专业人才培养模式探讨对高职教育中电子商务实践教学的思考复合型信息化创新创业人才培养模式的理论探讨基于信息化创业的《创业理论与技能》课程设计教育服务网站及运营模式设计金融危机下电子商务专业人才培养模式探索农业电子商务职业技能教育初探企业电子商务人才需求现状与人才培养策略《XML及其应用》的课程设计创新探讨电子商务人才培养模式研究创新电子商务理科专业实践教学模式的探讨电子商务专业模块化、动态性人才培养方案研究电子商务专业实践教学新探电子商务专业学生综合实践能力培养的研究和探索借助学科竞赛提高电子商务专业人才素质探讨应用型本科电子商务教学模式研究电子商务专业本科人才的市场需求分析——基于内容分析法的调研电子商务经济学课程教学设计的新视角第四部分 电子商务相关研究基于BPR的连云港港口散件杂货管理信息系统的再设计网店式虚拟企业贝壳模型研究网络信任战略与网络质量中介运行模式——来自日本AuCNET株式会社的案例信息化环境下《创业之星》实验课程设计中地区现代物流产业信息化发展战略研究模块化企业信息重组方法研究供应商关系水平的差异分析基于情景转换的知识转移理论模型研究数据挖掘在客户关系管理中的应用研究网上支付信用问题的博弈论分析及政策建议业务—IT战略匹配—ZARA案例分析基于Web日志的用户访为行为分析系统的设计基于DEA/AHP与作业成本法的供应商选择模型研究基于贝叶斯推理的在线客户抱怨响应方法研究

章节摘录

第一部分 电子商务技术与应用模糊聚类在电子商务信任评价中的应用2 信任概念及电子商务信任模型信任是一个复杂的概念，因为应用场景的不同而具有很多不同的含义。

文献定义的信任特点如下：（1）信任是多维的。

以在线购物为例，客户对商家的评价可能包括对其产品的质量、价格、送货速度等多个方面的评价。

（2）信任是领域相关的。

不同的人擅长不同的领域，例如电脑专家就不一定精通音乐，因此信任需要限制在某一个或某几个特定领域中讨论才有意义。

（3）信任是主观的。

不同生活环境、不同文化背景的人往往会有不同的价值取向和判断标准，因此对同一个事物，不同的人可能会有截然不同的看法。

（4）信任是动态变化和非单调的。

一个客户对一个商家的信任程度不是一成不变的，而是根据该商家近段时间内的服务质量进行动态调整的。

（5）信任是在人际网络之间相互传递并为小团体之间的信任决策来提供依据的。

版权说明

本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问:<http://www.tushu007.com>